

《网络营销实务》课程教学大纲

一、课程简介

课程中文名	网络营销实务				
课程英文名	Network Marketing Practice			双语授课	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
课程代码	05112107	课程学分	2	总学时数	32学时 (含劳动教育)
课程类别	<input type="checkbox"/> 通识教育课程 <input type="checkbox"/> 公共基础课程 <input checked="" type="checkbox"/> 专业教育课程 <input type="checkbox"/> 综合实践课程 <input type="checkbox"/> 教师教育课程	课程性质	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 选修 <input type="checkbox"/> 其他	课程形态	<input type="checkbox"/> 线上 <input type="checkbox"/> 线下 <input checked="" type="checkbox"/> 线上线下混合式 <input type="checkbox"/> 社会实践 <input type="checkbox"/> 虚拟仿真实验教学
考核方式	<input type="checkbox"/> 闭卷 <input checked="" type="checkbox"/> 开卷 <input checked="" type="checkbox"/> 课程论文 <input type="checkbox"/> 课程作品 <input type="checkbox"/> 汇报展示 <input checked="" type="checkbox"/> 报告 <input checked="" type="checkbox"/> 课堂表现 <input checked="" type="checkbox"/> 阶段性测试 <input checked="" type="checkbox"/> 平时作业 <input checked="" type="checkbox"/> 其他 (可多选)				
开课学院	财经学院		开课系 (教研室)	经贸系	
面向专业	国际经济与贸易		开课学期	第6学期	
课程负责人	郑远芳		审核人	陈婷婷	
先修课程	宏观经济学、微观经济学、管理学				
后续课程	电子商务数据分析、数据挖掘				
选用教材	1. 杨远新, 王家敏. 网络营销实务[M]. 北京: 北京大学出版社, 2016.				
参考书目	1. 王涛. 网络营销实务(项目式教材)[M]. 北京: 机械工业出版社, 2024. 2. 于家臻, 赵雨. 网络营销实务[M]. 北京: 中国财政经济出版社, 2021.				
课程资源					
课程简介	<p>《网络营销实务》是经管类国际经济与贸易专业数字贸易方向的选修课程。面向本科三年级开设, 2个学分, 课堂总学时32。课程立足“知识传授、能力培养、价值引导”三位一体目标, 以学生为中心、产出为导向, 根据企业需求和课程特点构建以职业岗位工作流程导向的教学模块为特色。课程内容包含网络营销和网络环境、网上市场调查专员、网络营销策略组合、网络建设专员、搜索引擎优化专员、电子邮件营销专员、网络广告专员、Web2.0与网络营销、无线营销专员和网络营销策划专员组成。通过课程学习, 学生应理解网络营销的基本理论与基本方法; 悟透会用网络营销策略、技巧; 形成网络营销创新思维, 增强网络营销职业意识和素养。</p>				

二、课程目标

表 1 课程目标

序号	具体课程目标
课程目标 1	识记网络营销学的基本知识，悟透网络营销学的基本理论，掌握网络营销学的原理与方法。
课程目标 2	会用网络营销学理论及方法解决网络营销目标设计等问题；能独立进行网络营销策略设计；具备网络营销学研究的基本能力；具备团队协作意识与沟通能力。
课程目标 3	具有经世济民情怀、坚定文化自信；增强互联网时代网络营销意识；能在营销实践中“爱岗敬业、争创一流，艰苦奋斗、勇于创新”，形成新时代企业运营精神。

表2-1 课程目标与毕业要求对应关系

毕业要求	指标点	课程目标
毕业要求4： 专业能力	4.2 具备熟练运用专业知识从事涉外经济贸易工作的能力。	课程目标1
	4.3 具备熟练利用经济分析工具从事涉外经济工作的能力；具有信息获取与数据分析能力，能够应用大数据等信息技术解决本专业实际问题。	课程目标2
	4.4 具有较强的国际经济贸易应用实践能力，能够开展社会调查。	课程目标2
毕业要求6：团队合作	6.1能够与他人进行有效地业务沟通和工作协调，较好地适应团队工作	课程目标3

三、课程学习与方法

(一) 理论学习内容及要求

表3-1 课程目标、学习内容和教学方法对应关系

序号	课程模块	学习内容	学习任务	课程目标	学习重点难点	教学方法	学时
1	理论篇	网络营销的产生和我国的发展现状	1. 导学。线上视频导学及案例研学，完成前测任务。 2. 拓展阅读：网络营销兴起教学案例。 3. 线上知识点小测。 4. 网络营销实践：认识中国的网络营销环境。	课程目标1 课程目标2 课程目标3	重点： 网络营销的产生背景、网络营销的内涵、网络营销的理论基础、网络营销的环境。 难点： 网络营销的内涵、网络营销的理论基础、网络营销的环境。	案例教学、混合教学、项目式教学、实践教学。培养学生手脑并用能力。	2
		网络营销的理论基础					
		网络营销环境					
2	策略篇	网上市场调查专员	1. 预习。问题驱动式线上导学，完成前测任务。 2. 互动讨论：淘宝网络营销案例研讨。 3. 线上进行知识点小测。 4. 网络营销实践：为某企业设计网络营销策略。	课程目标1 课程目标2 课程目标3	重点： 网上市场调查的内涵和特点、内容和方法、步骤、分析；网络营销产品、价格、渠道、促销策略。 难点： 网上市场调查的内容和方法、步骤、分析；网络营销产品、价格、渠道、促销策略。	混合式教学、启发式教学、案例教学、实践教学。培养学生手脑并用能力、创业创新思维。	4
		网络营销策略组合					
3	技巧篇	网站建设专员	1. 导学。视频案例导学，完成前测任务。 2. 网络营销实践：完成网站设计。	课程目标1 课程目标2 课程目标3	重点： 企业网站建设的一般要素、八项原则、企业网站建设三步走、网站评价与网站诊断。 难点： 企业网站建设三步走、网站评价与网站诊断。	实践教学、案例教学、项目式教学	4
		搜索引擎优化专员					

			2.网络营销实践：学会优化搜索引擎。	课程目标 3	讨、效果分析。 难点： 搜索引擎营销优化方法、问题探讨及效果分析。	式教学	
	电子邮件营销专员		1. 导学。视频案例导学，完成前测任务。 2.网络营销实践：学会电子邮件营销。	课程目标 2 课程目标 3	重点： 电子邮件营销概述、许可电子邮件营销策略、电子邮件营销的评价、电子邮件营销应用问题及对策。 难点： 许可电子邮件营销策略、评价、应用问题及对策。	实践教学、案例教学、项目式教学	4
	网络广告专员		1. 导学。视频案例导学，完成前测任务。 2.网络营销实践：学会网络广告制作。	课程目标1 课程目标2 课程目标 3	重点： 网络广告概述、主要形式、策划及媒体选择、效果评价方法。 难点： 网络广告主要形式、策划及媒体选择、效果评价方法。	实践教学、案例教学、项目式教学	4
	Web 2.0 与网络营销		1. 导学。视频案例导学，完成前测任务。 2.网络营销实践：掌握 Web 2.0 与网络营销营销。	课程目标1 课程目标2 课程目标 3	重点： Web 2.0 的基本思想与技术、RSS 营销基础、博客营销方法及应用。 难点： Web 2.0 的基本思想与技术、RSS 营销基础、博客营销方法及应用。	实践教学、案例教学、项目式教学	4
	无线营销专员		1. 导学。视频案例导学，完成前测任务。 2.网络营销实践：学会无线营销。	课程目标1 课程目标2 课程目标 3	重点： 无线营销概述、策略、效果评价、应用案例剖析。 难点： 无线营销、策略、效果评价、应用案例剖析。	实践教学、案例教学、项目式教学	4
	网络营销策划专员		1. 导学。视频案例导学，完成前测任务。 2.网络营销实践：学会网络营销策划书写作。	课程目标1 课程目标2 课程目标 3	重点： 网络营销策划概述、网络营销策划原则、网络营销策划实务。 难点： 网络营销策划原则、网络营销策划实务。	实践教学、案例教学、项目式教学	4

注：本课程为校企共建课程，理论比较强的章节由校内专任教师担任，实践性比较强的章节由“双师型”教师主讲。在理论层面，学生应掌握网络营销的基础知识；在策略层面，学生应掌握网上市场调查专员、网络营销策略组合知识；在技巧层面，学生应掌握网站建设专员、搜索引擎优化专员电子邮件营销专员、网络广告专员、Web 2.0与网络营销、无线营销专员和网络营销策划专员等技能和技巧，由企业教师结合自身工作实践和积累的网络营销经验，理论联系实际，组织理论与实践教学活动。

(二) 实验学习内容及要求 (课内实践操作10学时)

表3-2 课程目标、学习内容和教学方法对应关系

序号	项目名称	项目来源	教学目标 (观测点、重难点)	学时数	项目类型	要求	每组人数	教学方法	课程目标
1	分组实践: 完成网站设计。	教师开发	1.组织有力,小组分工协作,积极主动。 2.能够将网络营销各部分技能知识应用到具体企业的网络营销运作中,并提出实践操作方案。(观测点) 3.能将网络营销各部分技能知识应用到具体企业的网络营销运作中实施全过程。(重点) 4.分组汇报及评分的过程严守规则和纪律。(难点) 5.汇报材料整理并上传至学习通课程线上平台,形成数字化学习资料。(观测点)	10	综合性	必做	5	实践体验	课程目标1 课程目标2 课程目标3
2	分组实践: 完成优化搜索引擎。								
3	分组实践: 完成电子邮件营销。								
4	分组实践: 完成网络广告制作。								
5	分组实践: 完成网络营销策划书。								

四、课程考核

（一）考核内容与考核方式

表4-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系

课程目标	考核内容	所属学习模块/项目	考核占比	考核方式
课程目标 1	1.网络营销概述	模块1	30%	线上线下混合考核
	2.网络营销策略	模块2		
	3.网络营销技能	模块3		
课程目标 2	1.网上市场调查专员	模块2	26%	线上线下混合考核
	2.网络营销策略组合	模块2		
课程目标 3	1.网站建设专员	模块3	44%	线上线下混合考核
	2.搜索引擎优化专员	模块3		
	3.电子邮件营销专员	模块3		
	4.网络广告专员	模块3		
	5.Web 2.0 与网络营销	模块3		
	6.无线营销专员	模块3		
	7.网络营销策划专员	模块3		

表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系

课程目标	考核方式					考核占比（此处需与上表基本一致）
	期末考试 成绩比例 60%	实验 实践 15%	阶段 性测 试 5%	课 堂 表 现 15%	其 他 作 业 5%	
课程目标1	30%	30%	35%	25%	30%	$30\%=60\%*30\%+15\%*30\%+5\%*35\%+15\%*25\%+5*30\%$
课程目标2	26%	20%	25%	25%	20%	$26\%=60\%*26\%+15\%*20\%+5\%*25\%+15\%*25\%+5\%*20\%$
课程目标3	44%	50%	40%	50%	50%	$44\%=60\%*44\%+15\%*50\%+5\%*40\%+15\%*50\%+5\%*50\%$

（二）成绩评定

本课程基于OBE理念，用企业行业标准衡量学生的学习效果，创建智育与实践考核相结合、德育与智育考核相结合、知识与能力考核相结合“三结合”成绩评定方式。

1. 平时成绩（100分）

平时作业、任务为线上线下混合布置，线上提交、线上评阅。

（1）实验实践（40%）：包含分组实践：完成网站设计、学会优化搜索引擎、学会电子邮件营销、学会网络广告制作、学会网络营销策划书写作等实践作业。通过实践，促进学生将理论知识转化为自己的理解和思维能力、实验操作能力。考核学生的团队意识、沟通协作能力、积极实践创新精神。

(2) 阶段性测试 (10%)：题库随机抽题组卷完成课堂随测、阶段性小测。

(3) 课堂表现 (40%)：线上资源学习及互动30% (章节学习5%+章节任务点10%+案例研讨15%)；线下翻转课堂及互动表现10%。通过学生在课堂上的表现，考核学生课堂知识的理解和理论应用到实践的情况。

(4) 其他作业 (10%)：延伸阅读及思考讨论。

2. 期末成绩评定 (100分)

(1) 线上实践操作考试 (40%)：基本知识 40%+专业素养 20%。考核学生对网络营销学重要技能的掌握和使用。

(2) 线下非试卷考试 (60%)：网络营销策划报告。考核学生理论应用于实践的能力，学生基于网络营销学知识提出问题、分析文献资料并解决问题的初步研究能力及综合素养。引导学生初步养成规范写作和有效表达的习惯，提升批判性思维和逻辑思维能力。

3. 总成绩评定 (100分)

课程总成绩 (100%) = 平时成绩 (40%) + 期末成绩 (60%)。

(三) 评分标准

1. 实验实践形成的课程论文和期末非试卷考核报告的评分标准：

表5 评分标准 (非试卷考核项目)

考核项目	评分标准				
	优秀 (10>x≥9)	良好 (9>x≥8)	中等 (8>x≥7)	及格 (7>x≥6)	不及格 (x<6)
课程论文 或 汇报报告	(1) 文章能运用所学的理论知识联系实际，并能提出问题，分析问题。对所论述的问题有很强的代表性，有深刻的个人见解和理论深度；(2) 材料真实具体，有代表性。对材料的分析充分，有说服力，联系实际情况，论述透彻；(3) 文章结构严谨，层次清晰，行文规范，条理清楚，文字通	(1) 文章能运用所学的理论知识联系实际，并能提出问题，分析问题，有一定的个人见解和理论深度；(2) 材料真实具体，有较强的代表性。对材料的分析较充分，比较有说服力，联系大学生个人实际情况，但不够透彻；(3) 文章结构严谨，层次清晰，条理清楚，文字通顺，书写工整，图表正	(1) 文章能够联系大学生个人实际情况，内容较充实，具有一定的真实性；(2) 独立完成，论点正确，但论据不充足或说理不透彻，对问题的本质论述不够深刻；(3) 材料较具体，文章结构合理，层次比较清晰，有逻辑性，表达能力也较好；(4) 基本符合正规学术论文格式要求，排版基本整齐、	(1) 文章基本上按要求书写，观点基本正确，基本独立完成，但内容不充实；(2) 材料较具体，能对原始资料进行初步加工；(3) 文章有条理，但结构有缺陷；论据能基本说明问题，能对材料作出一般分析，但较单薄，对材料的挖掘缺乏应有的深度，论据不够充分，不够全面；(4) 文字表达基本	(1) 文章的内容与题目完全偏离；生搬硬套教材和参考书上的观点，未能消化吸收；离题或大段抄袭别人的文章，并弄虚作假；(2) 态度非常不认真，内容空洞，逻辑混乱，表达不清，语句不通。3. 不属于批判性思维方面的论文或读书报告，字数少于3000字。

	顺，书写工整，图表正确、清楚，数据准确。	确、清楚，数据准确；（4）符合学术论文格式要求。	准确。	清楚，文字基本通顺，无观念错误；	
--	----------------------	--------------------------	-----	------------------	--

2. 阶段性测试、课堂表现、其他作业评分标准：依据学习通线上平台设置的评阅标准进行成绩评定。

五、其它说明

本课程大纲依据2023版国际经济与贸易专业人才培养方案，由财经学院经贸系讨论制定，财经学院教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。